



# Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (2) 2024: 1089-1091

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



## Analisis Pengaruh Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Cimory Yogurt Drink di Tangerang Selatan

Delilah Aulia Putri<sup>1</sup>, Aulia Intan Dewi Muslikhah<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis., Universitas Pamulang

Corresponding author: [scdelilah610@gmail.com](mailto:scdelilah610@gmail.com)

### INFO ARTIKEL

Diterima April 2024  
Disetujui Mei 2024  
Diterbitkan Juni 2024

#### Kata Kunci:

Desain kemasan,  
keputusan  
pembelian,  
minuman, cimory  
yogurt drink

#### Keywords:

Packaging design,  
buying decision,  
drink, cimory  
yogurt drink

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Desain produk dan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian Cimory Yogurt di Tangerang Selatan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Data penelitian ini dikumpulkan dengan menyebarkan kusioner secara online pada 100 orang sampel yang melakukan pembelian Cimory Yogurt. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan dan citra produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Cimory Yogurt di Tangerang Selatan. Studi tersebut menyarankan agar perusahaan memperhatikan desain kemasan dan citra mereknya untuk meningkatkan penjualan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sebuah desain produk kemasan sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Cimory yogurt drink

### ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of product design and product quality on purchasing decisions for Cimory Yogurt in South Tangerang. The research method used in this research is quantitative research method. This research data was collected by distributing questionnaires online to 100 samples who purchased Cimory Yogurt. The results showed that packaging design and product image influenced the purchasing decision of Cimory Yogurt in South Tangerang. The study suggests that companies pay attention to packaging design and brand image to increase sales. The results of this study indicate that a product design packaging very significant effect on purchasing decisions Cimory yogurt drink.*

## PENDAHULUAN

Dalam dunia pemasaran, desain produk menjadi salah satu aspek yang mendapat perhatian besar dan mempengaruhi perilaku dan keputusan pembeli. Desain produk berperan penting dalam industri makanan dan minuman, termasuk pada produk Cimory Yogurt Drink. Desain produk yang menarik tidak hanya menciptakan daya tarik visual, tetapi juga memainkan peran penting dalam membujuk konsumen untuk membeli produk tertentu. Dengan persaingan yang ketat dalam industri minuman, memahami bagaimana desain produk memengaruhi keputusan pembelian dapat menjadi kunci sukses bagi perusahaan dalam meningkatkan penjualan dan memperluas pasar mereka.

Cimory Yogurt drink, sebagai salah satu produk terkemuka dalam kategori minuman sehat, menjadi fokus penelitian ini untuk mendalami pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan peran desain kemasan, branding, dan label yang krusial, Cimory Yogurt drink memberikan konteks yang menarik untuk memahami bagaimana elemen desain memengaruhi persepsi konsumen dan akhirnya memengaruhi keputusan pembelian.

Desain produk sangat mempengaruhi ketertarikan dan keputusan konsumen. Beberapa penelitian fokus pada pengaruh desain terhadap keputusan pembeli. Ada penelitian yang fokus yang fokusnya hanya terbatas berkaitan dengan desain produk. Oleh karena itu penelitian ini bermaksud untuk mengetahui sejauh mana desain produk mempengaruhi keputusan pembelian Cimory yogurt drink.

## KAJIAN LITERATUR

Salah satu penelitian yang memaparkan pengaruh desain kemasan terhadap keputusan pembelian adalah Jasella Handayani, Derriawan Derriawan, dan Tyahya Whisnu Hendratni. Penelitian ini mengemukakan bahwa desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner pada 100 orang konsumen Bebbi shoes.

## METODE

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menyebarkan online kuesioner pada 100 orang sampel pembeli Cimory yogurt drink. Pemilihan topik yang akan dikaji, yaitu Analisis pengaruh desain kemasan terhadap keputusan pembelian Cimory yogurt drink di Tangerang Selatan. Pemilihan database yang akan digunakan dalam mencari artikel yang relevan dengan topik penelitian yaitu Google scholar, dan scopus. Pemilihan kata kunci yang akan digunakan adalah “Desain kemasan, keputusan pembelian, minuman, cimory yogurt drink”. Melakukan analisis data terhadap artikel yang telah terpilih. Analisis mencakup sintesis data, penafsiran hasil, dan kesimpulan yang di peroleh dari penelitian ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kuesioner yang disebar secara online, penulis akan mengetahui para responden lebih menyukai Cimory Yogurt Drink kemasan botol atau kotak dan apa alasannya. Ada beberapa pertanyaan didalamnya yang dapat menentukan bahwa kemasan sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian produk. Dari 100 kuesioner yang penulis sebar ada sebanyak 33 responden yang mengisi kuesioner tersebut. Dari hasil kuesioner tersebut dapat dilihat bahwa desain kemasan Cimory yogurt drink mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan mempengaruhi keputusan pembelian.

Bagaimana desain kemasan botol Cimory Yogurt Drink memengaruhi persepsi Anda terhadap kualitas produk?  
33 jawaban

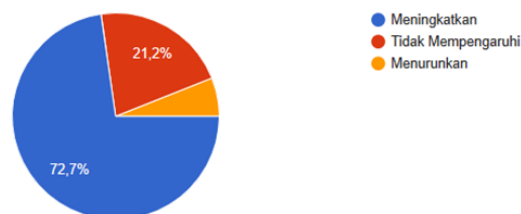


figure #. Hasil kuesioner

Sebanyak 72,7% dari total responden menyatakan bahwa desain kemasan mempengaruhi keputusan pembelian mereka terhadap Cimory Yogurt Drink. Sedangkan 21,2% responden menyatakan bahwa desain kemasan tidak mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Sisanya, sebanyak 6,1% responden menyatakan netral atau tidak memiliki pandangan yang tegas mengenai pengaruh desain kemasan terhadap keputusan pembelian. Para responden juga lebih menyukai kemasan botol karena kemasan tersebut bisa ditutup Kembali setelah diminum, praktis dan mudah dibawa kemana-mana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden lebih memilih kemasan botol untuk Cimory Yogurt Drink di Tangerang Selatan. Preferensi ini kemungkinan besar dipengaruhi oleh keefektifan dan kemudahan penggunaan kemasan botol. Botol plastik dianggap lebih praktis karena memiliki tutup yang mudah dibuka dan ditutup, memungkinkan konsumen untuk dengan cepat dan higienis mengonsumsi produk tersebut. Selain itu, kemudahan membawa botol saat bepergian atau mengonsumsinya di tempat-tempat yang tidak memiliki peralatan kemasan tambahan juga menjadi faktor penting dalam memilih kemasan botol. Implikasinya, perusahaan Cimory dapat fokus pada pengembangan dan pemasaran produk dengan kemasan botol untuk memperkuat preferensi konsumen. Dengan terus meningkatkan inovasi dalam desain kemasan botol, perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen modern serta memperkuat posisinya di pasar dengan produk yang dianggap praktis dan efektif oleh banyak konsumen.

Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa desain kemasan sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian. Desain kemasan yang menarik dan berisi informasi yang relevan dapat meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk dan meningkatkan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Cimory Yogurt Drink harus memperhatikan desain kemasan yang menarik dan berisi informasi yang relevan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian ini, perusahaan harus memperhatikan desain kemasan sebagai salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran mereka. Desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya tarik produk dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Namun, perusahaan juga perlu memahami bahwa preferensi dan persepsi konsumen terhadap desain kemasan dapat bervariasi, sehingga penting untuk melakukan penelitian pasar secara berkala untuk memahami tren dan preferensi konsumen yang berkembang.

## **KESIMPULAN**

Cimory Yogurt Drink harus memperhatikan desain kemasan yang menarik dan berisi informasi yang relevan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen, karena desain kemasan sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian dan dapat meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk. Perusahaan Cimory dapat memperkuat preferensi konsumen dengan fokus pada pengembangan dan pemasaran produk dengan kemasan botol yang terus meningkatkan inovasi dalam desain kemasan botol untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen modern.

Kesimpulannya, hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden lebih memilih kemasan botol untuk Cimory Yogurt Drink di Tangerang Selatan. Preferensi ini tampaknya didorong oleh dua faktor utama, yaitu keefektifan dan kemudahan penggunaan kemasan botol. Botol plastik menawarkan kepraktisan dengan tutup yang mudah dibuka dan ditutup, memungkinkan konsumen untuk mengonsumsi produk dengan cepat dan higienis. Kemudahan membawa botol saat bepergian atau mengonsumsinya di tempat-tempat yang tidak memiliki peralatan tambahan juga menjadi pertimbangan penting dalam memilih kemasan botol. Implikasinya, perusahaan Cimory dapat memperkuat strategi pemasaran mereka dengan memfokuskan pada promosi produk dengan kemasan botol. Dengan terus meningkatkan inovasi dalam desain kemasan botol, baik dari segi estetika maupun fungsionalitasnya, perusahaan dapat memenuhi dan bahkan melampaui ekspektasi konsumen. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya dapat mempertahankan pangsa pasar mereka dalam industri minuman yogurt, tetapi juga dapat memperluas pangsa pasar mereka dengan menarik lebih banyak konsumen yang memilih kemasan botol karena kepraktisannya.

## **REFERENSI**

- Cimory (2021) Cimory Yogurt Shake. Diakses dari <https://www.cimory.com/produk/yogurt-shake/>
- Jasella Handayani, Derriawan Derriawan, Tyahya Wisnu Hendatni.(2020). *Pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya pada kepuasan konsumen Shopping Goods*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila. Jakarta
- Kotler. P., & Keller, K. L. (2016) *Marketing Management*. Pearson Education